

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat. Ekonomi Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 5,07 persen selama tiga tahun terakhir (ekonomi.kompas.com, 2018). Banyak hal yang membuat ekonomi Indonesia dapat meningkat, Salah satunya adalah bertambahnya jumlah pengusaha. Usaha yang dilakukan bisa apa saja sesuai dengan *passion* yang dimiliki oleh pengusaha tersebut. Salah satunya cafe yang menjadi alternatif bagi seorang pengusaha.

Menurut Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (APKRINDO) Kota Malang, kafe dan restoran yang berada di Malang pada tahun 2015 mengalami kenaikan sebesar 30 persen dari tahun 2014. Menurut Humas Apkrindo Kota Malang Daniel Indrapribadi mengungkapkan kota Malang didominasi oleh kafe (travel.radarmalang.id, 2017). Masyarakat pun dapat menikmati banyaknya kafe yang ada di Kota Malang dengan mudah.

BPS Kota Malang memprediksi, dari total 861.414 jiwa sekitar 189.403 jiwa penduduk kota Malang di tahun 2018 berusia 15-25 (malangkota.bps.go.id, 2018). Rentang usia ini memberikan peluang yang baik kepada pengusaha yang ingin mendirikan usahanya di bidang kafe. Usia remaja ini merupakan usia dimana seseorang ingin mencoba berbagai

hal mulai dari hiburan, *traveling*, *fashion* sampai pada kuliner yang belum pernah di rasa dan ditemui.

Kuliner di Indonesia sangat beragam. Kuliner tentunya memiliki berbagai macam cita rasa berbeda pada setiap daerah dan memberikan ke-khas-an nya. Mulai dari kuliner khas Jawa, Sumbawa bahkan tak jarang banyak kita temui kuliner khas negara-negara selain Indonesia. Salah satu kuliner yang saat ini disukai oleh kalangan anak muda adalah kuliner khas Korea.

Budaya Korea sebagian besar mempengaruhi gaya hidup masyarakat Indonesia tak terkecuali Kota Malang. Bukan hanya drama tetapi kuliner khas Korea pun mulai menarik minat para masyarakat di Kota Malang, salah satu kafe yang mengusung tema Korea yaitu Kimchi Story yang berada di Kota Malang. Kimchi Story beralamat di Jl. Tidar No.2A, Gading Kasri, Klojen, Kota Malang, Jawa Timur 65149. Kafe yang menawarkan masakan yang khas Korea seperti *Tteoppoki*, *Bulgogi*, *Kimbab* dan juga Kimchi dengan bumbu pedasnya. Kafe yang didekorasi dengan warna putih ini menjadikan Kimchi Story sebagai kafe ala Korea yang *simple* dan menarik.

Berbagai macam dekorasi yang digunakan, mulai dari meja makan yang di hiasi dengan *standing foto* Exo salah satu *boy grup* yang mendunia, selain itu ada beberapa foto *Running Man*, variety Show yang terkenal dengan konsep berbeda dari yang lain. Sambil menikmati

makanan khas Korea, konsumen juga akan mendengarkan lagu-lagu K-pop seperti BTS, Bigbang, dll. Kimchi Story menarik peruntungannya dengan gaya hidup anak muda yang ada di Malang dengan minat yang tinggi terhadap kebudayaan Korea.

Tabel 1 Jumlah Kafe Korea yang ada Di Malang

Tahun	Jumlah
2015	6
2016	9
2017	13
2018*	19

Sumber : Google;Data Restoran Korea Malang

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa setiap tahun terjadi peningkatan jumlah kafe bertemakan Korea, hal ini didasari adanya pertumbuhan budaya Korea yang menjadikan masyarakat ingin mencoba kuliner khas Korea. jumlah data kafe Korea diatas belum termasuk cabang dari setiap kafe. Jadi bisa dipastikan lebih dari 20 kafe Korea dan akan terus bertambah seiring dengan bertambahnya minat konsumen terhadap Korea

Konsultan kuliner Arie Parikesit mengatakan masyarakat Indonesia secara tidak langsung menerima budaya Korea seiring dengan banyaknya drama maupun *K-pop* yang sudah tidak asing lagi. Ia juga mengatakan bahwa bahan karbohidrat, rasa pedas dan juga asam memberikan kesamaan dengan lidah orang Indonesia. (lifestyle.bisnis.com, 2014). Bahan yang digunakan sebagian besar dari sayur-sayuran dan cara penyajiannya dilakukan dengan cara di kukus, rebus maupun difermentasi

maka makanan Korea dianggap salah satu makanan sehat yang bisa dikonsumsi semua umur. Banyaknya peluang yang dimiliki Kimchi Story sebagai kafe yang bertemakan kuliner Korea tidak memberikan hasil yang diharapkan. Pada tabel 2 bisa dilihat, Kimchi Story mengalami penurunan pengunjung di beberapa bulan terakhir.

Tabel 2 Jumlah Konsumen Kimchi Story Malang November 2017-April 2018

Bulan	Jumlah Konsumen
November	1506
Desember	1614
Januari	1226
Februari	967
Maret	901
April	797

Sumber: Kimchi Story Malang

Berdasarkan tabel 2, mengenai data konsumen yang berkunjung ke Kimchi Story, jumlah pengunjung setiap bulannya mengalami penurunan, hal ini berbanding terbalik dengan penelitian yang ada dalam *google trends*, yaitu Indonesia termasuk dalam 5 negara dengan tingkat penyebaran *k-wave* (seseorang yang menyukai berbagai hal tentang Korea) paling cepat di dunia, selain itu terdapat 67 persen penggemar *K-wave* memiliki rentang usia 20-30 tahun dimana usia ini adalah terbesar yang dimiliki di Kota Malang (kumparan.com, 2018). Data ini seharusnya berdampak juga bagi Kimchi Story, melihat banyaknya antusias masyarakat Indonesia terhadap Korea.

Pada bulan November ke bulan Desember Kimchi Story mengalami kenaikan 108 orang pengunjung dan terus mengalami penurunan hingga bulan April. Hal tersebut menunjukkan adanya permasalahan dalam keputusan pembelian konsumen karena mengalami penurunan yang membuat Kimchi Story tidak mencapai target yang telah ditetapkan.

Pengambilan keputusan pembelian merupakan pemilihan suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen secara langsung maupun tidak langsung untuk mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan. Keputusan pembelian sendiri adalah perilaku individu dalam menyelesaikan masalahnya agar dapat mencapai sasaran yang tepat. Menurut Suharno dan Sutarso (2010) keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dalam melakukan pembelian produk maupun jasa yang akan dikonsumsi.

Pengambilan keputusan pembelian konsumen tidak berakhir dengan pembelian suatu barang, tetapi berlanjut hingga pembelian tersebut bisa menjadi pengalaman bagi konsumen dalam penggunaan barang yang telah dibeli. Hal tersebut bisa dijadikan bahan pertimbangan untuk konsumen dalam memutuskan kelayakan suatu barang itu dibeli.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi seorang konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, salah satunya adalah faktor gaya hidup. Gaya hidup termasuk ke dalam faktor pribadi dan jika diartikan gaya

hidup berarti pola kehidupan yang diklasifikasikan konsumen dalam aktivitas (*activities*), minat (*interest*) dan juga opini (*opinion*) yang diistilahkan dengan nama AIO (Kasali, 2000).

Gaya hidup ini akan membentuk suatu persepsi seorang konsumen bahwa harga bukan lagi prioritas yang utama dalam mengambil sebuah keputusan pembelian. Gaya hidup ini yang akan menunjukkan bagaimana cara seseorang di pandang oleh orang lain, dan sebagian individu bisa mengutamakan gaya hidupnya mulai dari *fashion*, *make-up* maupun makanan yang sedang *inn* di kalangan anak muda maupun menengah ke atas. Menurut Solomon (2011), gaya hidup pada dasarnya adalah bagaimana seseorang itu hidup dan cara menghabiskan aktivitasnya dengan situasi tertentu.

Berdasarkan fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi gaya hidup yaitu aktivitas (*activities*), minat (*interest*) dan opini (*opinion*) terhadap keputusan pembelian dengan mengangkat judul “Pengaruh Dimensi Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Kimchi Story Malang”.

B. Rumusan Masalah

Permasalahan yang terjadi pada Kimchi Story Malang yaitu penurunan penjualan yang terjadi setiap bulannya. Hal ini disebabkan oleh keputusan pembelian dari konsumen yang terus mengalami penurunan.

Salah satunya bisa dikatakan adalah banyak nya pesaing yang ada di Kota Malang menjadikan salah satu sebab dari permasalahan tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah, maka peneliti merumuskan beberapa rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah dimensi gaya hidup yaitu aktivitas (*activities*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kimchi Story Malang?
- b. Apakah dimensi gaya hidup yaitu minat (*interest*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kimchi Story Malang?
- c. Apakah dimensi gaya hidup yaitu opini (*opinion*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kimchi Story Malang?
- d. Apakah dimensi gaya hidup yaitu aktivitas (*activities*), minat (*interest*) dan opini (*opinion*) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Kimchi Story Malang?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

- a. Untuk menguji pengaruh dimensi gaya hidup aktivitas (*activities*) terhadap keputusan pembelian Kimchi Story Malang.
- b. Untuk menguji pengaruh dimensi gaya hidup minat (*interest*) terhadap keputusan pembelian Kimchi Story Malang
- c. Untuk menguji pengaruh dimensi gaya hidup opini (*opinion*) terhadap keputusan pembelian Kimchi Story Malang

- d. Untuk menguji pengaruh dimensi gaya hidup yaitu aktivitas (*activities*), minat (*interest*) dan opini (*opinion*) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Kimchi Story Malang.

D. Manfaat Penelitian

Dengan dicapainya tujuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menjadi acuan bagi studi alamiah tentang cara menganalisis pengaruh dimensi gaya hidup yaitu aktivitas, minat dan juga opini terhadap keputusan pembelian. Selain itu dapat menambah informasi, referensi dan juga bacaan agar mendapat pengetahuan yang lebih bagi pembaca.

2. Manfaat Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk menyesuaikan produk yang dimiliki dengan keinginan konsumen. Selain itu dapat memberikan layanan yang diinginkan sesuai dengan gaya hidup konsumen yang beragam.